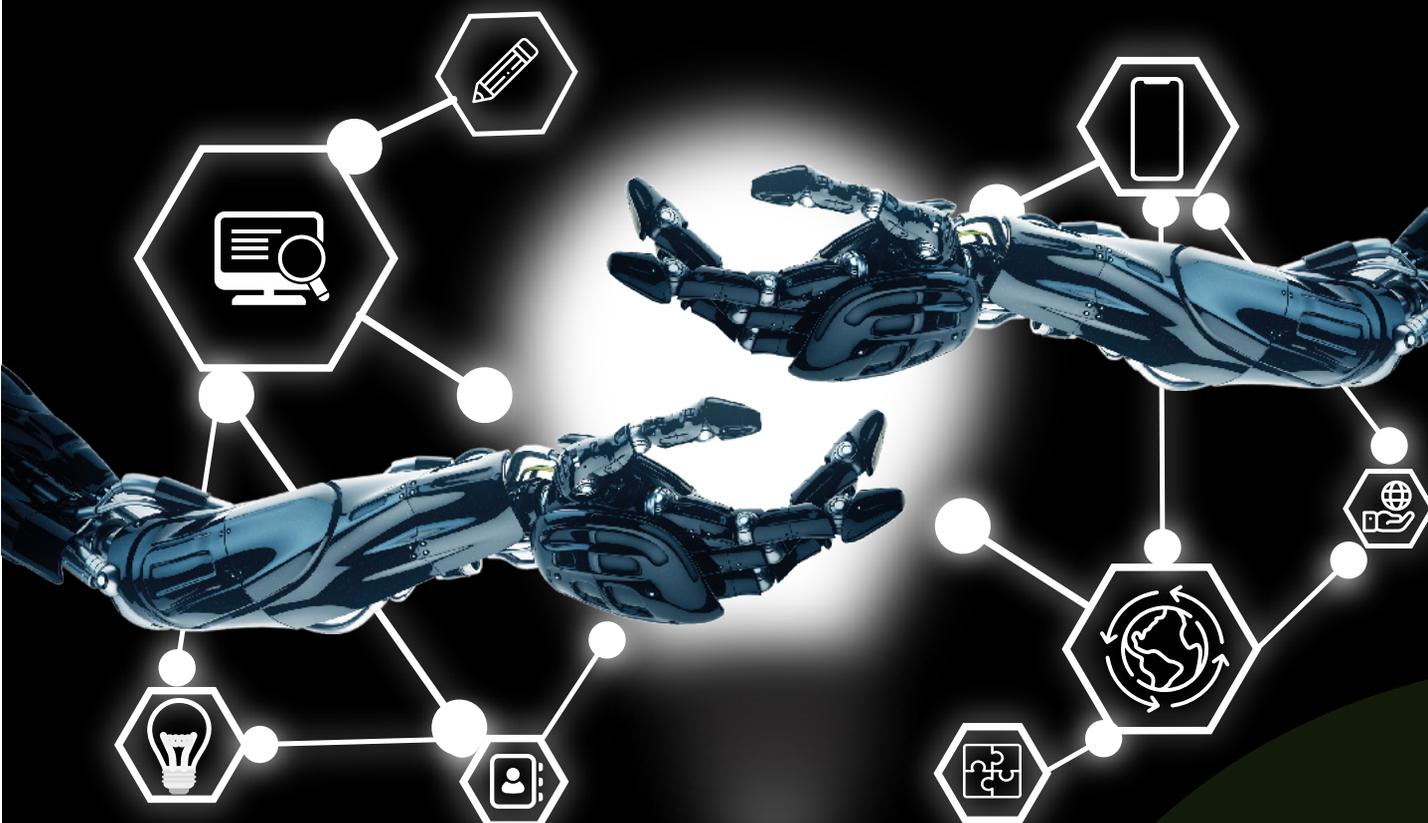


CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA CULTURAL EN VALLEDUPAR

“La principal fuente de innovación es el capital humano”

Gelca Gutiérrez (2020)



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

María Gabriela Cueto Valero, María Verónica Acuña Andrade, Yury Posada

Las series de documentos de trabajo de la Fundación Universitaria del Área Andina se crearon para divulgar procesos académicos e investigativos en curso, pero que no implican un resultado final. Se plantean como una línea rápida de publicación que permite reportar avances de conocimiento generados por la comunidad de la institución.

CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA CULTURAL EN VALLEDUPAR

María Gabriela Cueto Valerio

Estudiante del programa de
Administración de Empresas.

María Verónica Acuña Andrade

Estudiante del programa de
administración de empresas. Correo:
macuna14@estudiantes.areandina.edu.co

Yury Posada

Relacionista internacional,
especialista en integración al sistema
internacional y magíster en gerencia
de proyectos de investigación y
desarrollo. Correo:
yuposada@areandina.edu.co

Cómo citar este documento:

Cueto Valerio, M.G., Acuña Andrade, M.V. y Posada, Y. (2020). Caracterización de la oferta turística cultural en Valledupar (Documentos de trabajo Areandina, 2020-2. III Encuentro de Investigación Formativa). Bogotá: Fundación Universitaria del Área Andina. DOI: 10.33132/26654644.1695

Resumen

El objetivo general de la investigación consiste en caracterizar la oferta de turismo cultural en Valledupar. Siendo el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios profesionales. Los resultados preliminares de esta investigación muestran que para Valledupar la oferta turística cultural no es lo suficientemente competitiva dado que los productos turísticos existentes que no responden a las expectativas de los turistas nacionales y extranjeros para la ciudad de Valledupar.

Palabras clave: Competitividad, innovación, oferta turística, turismo.



Introducción

Según la (OMT, 2018), el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. El turismo es una actividad transversal en la economía de los países al involucrar una gran cantidad de actores de diferentes sectores. De allí que sea una de las actividades que más genera empleo en la economía del mundo. Según la Organización Mundial del Comercio (OMC) (2018), uno de cada 11 empleos son generados por el turismo y Colombia no es la excepción a estas características del turismo. Es el sector de mayor crecimiento económico en el país según el (DANE, 2018), y recoge dentro de sí un gran tejido de pequeñas y medianas empresas lo que confirma su carácter multiempresarial. En Colombia, según el plan sectorial de turismo 2014-2018 (Ministerio de Comercio, 2015), entre 2010 y 2013 el país ha sido receptor de más de tres millones de viajeros extranjeros por año por motivos turísticos, y ha recibido por este concepto USD\$ 12.877 millones en el mismo periodo. El departamento del Cesar y en Valledupar son epicentro de una cultura única en Colombia representada en el vallenato como folclore nativo. Este género musical ha sido declarado Patrimonio Cultural Inmaterial por la UNESCO en 2015. La evidencia empírica muestra que, a excepción de la realización del festival de música vallenata a finales de abril, el resto del año la ciudad no es receptora de turistas nacionales y extranjeros, que son múltiples las oportunidades desperdiciadas, entre otras cosas, porque no se ha caracterizado todo el patrimonio cultural de la región. Consideramos que los recursos culturales identificados, bien preservados y manejados de manera sostenible, serán uno de los grandes propulsores del desarrollo turístico de la región. No obstante, para que el turismo



se desarrolle en la región, se necesita conocer el potencial de la oferta turística regional para poder visualizarla a nivel nacional e internacional y así mismo, crear valor a su alrededor para mostrarla más competitiva.

Los hechos muestran que esta oferta turística no es lo suficientemente competitiva dado que los productos turísticos existentes no responden a las expectativas de los turistas nacionales y extranjeros. El objetivo general de la investigación es caracterizar la oferta turística cultural en Valledupar. Dentro de los objetivos específicos encontramos; identificar los operadores turísticos de Valledupar y determinar el tipo de productos turísticos ofertados en Valledupar.

Antecedentes

En la línea del objetivo planteado, se observa que existen investigaciones en otras ciudades relacionadas con el objeto de estudio, como la caracterización del sector turismo empresarios de Bucaramanga y su área metropolitana (Forero, 2017). Este proyecto lleva a cabo un análisis del sector turismo, enfocado en las empresas ubicadas en Bucaramanga y los municipios que conforman su área metropolitana. Dicho análisis comprende la identificación de la organización actual del mismo, la selección de las empresas con mayor peso en el sector y la tipificación de factores internos y externos que afecten positiva y negativamente el desarrollo de las actividades de las empresas. Con los factores identificados se generan estrategias que mejoren el desempeño actual de los empresarios y den una preparación para los emprendedores que desean incursionar en el sector.

Ahora, es pertinente para nuestra investigación porque nos da una guía de cómo a través de las encuestas realizadas a las empresas prestadoras de servicios turísticos, podemos realizar un análisis comparativo de las exigencias actuales de los turistas y a partir de allí detectar las oportunidades de mejora que puede tener el sector y de esta manera lograr un aporte al mejoramiento del sector turístico. Por otro lado, nos permite conocer la importancia de las empresas para el crecimiento del turismo en la ciudad.

Entre tanto, otra investigación es “apuntes para la construcción del turismo cultural a partir del análisis de la oferta cultural-patrimonial y su demanda por el sector turístico del Quindío (Duis, 2018), en la que se expone un resumen de los resultados

de investigaciones sobre el patrimonio rural entre el 2010 y 2015 cofinanciadas por la secretaría de cultura del Quindío y los resultados preliminares de la investigación de la oferta cultural y su demanda por el sector turístico en el departamento del Quindío en Colombia. Además, la identificación de los potenciales patrimoniales permite diversificar el turismo e integrar el patrimonio material e inmaterial en el diseño de productos; así mismo, las manifestaciones culturales tradicionales y las actividades culturales y artísticas pueden aportar innovación al destino turístico mediante la construcción del turismo cultural. No obstante, estos dos sectores, el cultural y el turístico, se encuentran separados y poco articulados para una adecuada gestión de los activos culturales.

Por otra parte, Ávila (2018), desarrolló una investigación por medio de encuestas, que estaba dirigida al sector gremial y a los turistas que puedan encontrarse en los sitios más representativos tales como el aeropuerto, la terminal de transporte y los sitios turísticos. Este autor afirma que Valledupar cumple con las características que definen un destino turístico musical; en primera medida, se identifica la ciudad con su música; en segunda medida, el gran nivel de aceptación e importancia del vallenato en el ámbito nacional e internacional; en tercera medida, hay un creciente auge de espectáculos musicales en la ciudad; en cuarta medida, su entorno natural y cultural son la fuente de inspiración para los creadores de la música vallenata; en quinta medida, porque se está desarrollando un ambiente de producción musical muy dinámico; en sexta medida, por el desarrollo institucional de sus academias de música; y finalmente, por el grado de asociatividad de los prestadores de servicios turísticos y los prestadores de servicios culturales.

Metodología

Esta es una investigación de tipo pospositivista de corte cuantitativo (Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P., & Hernández Sampieri, R., 2014), en la que se utilizó instrumentos de medición, comparación de datos cuyo estudio requiere del uso de modelos matemáticos y estadísticos donde prevalece la confiabilidad, credibilidad y la validez. De igual forma, y teniendo en cuenta el problema planteado y los objetivos de la investigación, esta es de tipo descriptivo que, según Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P., & Hernández Sampieri, R. (2014), busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice.

Esta es una investigación de diseño no experimental transversal y de campo. Es no experimental porque este tipo de estudio, según Fernández Collado, C., Baptista

Lucio, P., & Hernández Sampieri, R. (2014), se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos.

Es necesario determinar los individuos sujetos de estudio para delimitar la unidad de análisis, identificando la población objeto se hace posible dicha premisa Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P., & Hernández Sampieri, R. (2014), definen la población como el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. Para efectos de esta investigación la población está reconocida en los prestadores de servicios turísticos culturales en Valledupar. La muestra poblacional será de 50 operadores turísticos de la ciudad.

Resultados

Este proyecto se encuentra en su fase de incubación, se espera obtener los resultados de acuerdo con los objetivos que, desde un inicio fueron planteados teniendo como objetivo general caracterizar la oferta turística cultural en Valledupar.

Referencias

- Ávila, O. J. 26 de 05 de 2018. Diseño de una política pública para fomentar el turismo sostenible en la ciudad de Valledupar. Bucaramanga: Universidad del Santander.
- DANE, D. (2018). Censo Nacional de Población y Vivienda 2018.
- Duis, U. 2018. Apuntes para la construcción del turismo cultural a partir del análisis de la oferta cultural-patrimonial y su demanda por el sector turístico del Quindío. Colombia: Turismo y sociedad.
- Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P., & Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la Investigación. Editorial McGraw Hill.
- Forero, Y. H. 2017. Caracterización del sector turismo empresarios de Bucaramanga y su Área metropolitana. Tesis de grado. Universidad Santo Tomás
- Gómez, M. C., y Pérez, W. G. 2018. El consumo cultural como medio para el desarrollo.
- Hermosilla, K., Peña-Cortés, F., Gutiérrez, M., y Escalona, M. 2011. Caracterización de la oferta turística y zonificación en la Cuenca del Lago Ranco. Chile: Estudios y perspectivas de turismo.

López, R. G. (03 de febrero de 2020). Evolución del turismo mundial según la Organización Mundial del Turismo. Aprende de turismo. Recuperado de: <https://www.aprendedeturismo.org/evolucion-del-turismo-mundial-segun-la-organizacion-mundial-del-turismo/>

Ministerio de Comercio de Colombia. 2015. Ministerio de Comercio de Colombia. Recuperado de: www.mincit.gov.co.

OMC. (Junio de 2018). World Tourism Organization. Recuperado de: www.unwto.org

OMT. (2005-2007). World Tourism Organization. Recuperado de: www.unwto.org/es

Pérez-Hernández, y Gibaja-Romero. 2018. Evaluación turística de la región ACY: Inventario turístico y de prestadores de servicios. México.

Sandoval, m. d. (24 de 02 de 2020). Las cifras récord que el 2019 le dejó al turismo en Colombia. El Espectador. Recuperado de: <https://www.elespectador.com/especiales/mundo-destinos/las-cifras-record-que-el-2019-le-dejo-al-turismo-en-colombia-articulo-906186/>

